

Au théâtre burlesque : surtout ne pas désorienter le consommateur?

Chantal Hébert

Volume 15, numéro 2, août 1982

La consommation littéraire de masse au Québec

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/500572ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/500572ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département des littératures de l'Université Laval

ISSN

0014-214X (imprimé)

1708-9069 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Hébert, C. (1982). Au théâtre burlesque : surtout ne pas désorienter le consommateur? *Études littéraires*, 15(2), 165–183.
<https://doi.org/10.7202/500572ar>

AU THÉÂTRE BURLESQUE : SURTOUT NE PAS DÉSORIENTER LE CONSOMMATEUR !

SONDAGE ET INTERPRÉTATION

chantal hébert

Cet article présente les résultats d'un sondage portant sur la fréquentation des spectacles de comédies burlesques par le public québécois. La décision de l'entreprendre, puis de le mener à terme, n'a pas été le fruit d'une curiosité passagère. Ce choix, au contraire, est étroitement lié à une réflexion déjà amorcée au cours de notre travail de maîtrise¹. Disposant d'un capital d'informations fourni par cette recherche antérieure, nous avons voulu évaluer l'attrait de ces spectacles sur le consommateur, identifier les fonctions qu'ils peuvent remplir et cerner les facteurs qui favorisent cette activité. Nous sommes partie de constatations statistiques, mais les chiffres ne seront que des éléments pour nous suggérer des directions de recherche. Nous nous interrogerons avant tout sur les déterminations de cette pratique culturelle et nous tenterons ensuite de chercher ses tenants et ses aboutissants.

1. La méthode et les objectifs

En raison des limites de temps et des ressources disponibles, nous avons adopté la méthode du questionnaire pour recueillir nos données. Nous avons néanmoins pu y joindre l'entrevue dans 35% des cas, ce qui nous a permis d'étayer à l'occasion nos propos et de pallier de ce fait les insuffisances du questionnaire. Le sondage que nous avons effectué porte essentiellement sur la fréquentation des comédies *burlesques*. Ce terme entraîne à confusion. Aussi croyons-nous important de préciser que le burlesque est « [...] un type de spectacles, hérité des États-Unis, fait de chant, de théâtre, de musique et de danse » et caractérisé par « une "ligne de danseuses" qui se produisent entre les divers numéros² ».

Pour réaliser ce sondage, nous avons besoin d'un public qui réponde à certains critères. Il fallait, d'une part, avoir déjà assisté aux comédies burlesques traditionnelles telles que nous venons de les décrire, c'est-à-dire à celles qui furent

présentées avant 1955³, et, d'autre part, idéalement, fréquenter encore de nos jours le *Théâtre des Variétés*, cette salle qui se voulait, dès son ouverture en 1967, une sorte de survivance de la Belle Époque.

Comme les beaux jours du burlesque remontent aux années trente, nous devons trouver des répondants dont l'âge se situe aujourd'hui autour de soixante-cinq ou soixante-dix ans. Voilà pourquoi nous avons choisi d'entrer en communication avec les seize Conseils régionaux de la Fédération de l'Âge d'Or du Québec. Cela nous semblait le moyen le plus rapide et le plus efficace, compte tenu de nos ressources, pour rejoindre dans un délai raisonnable la population visée⁴. Toutefois, seuls six directeurs des Conseils régionaux ont répondu à notre lettre. Certains ont bien voulu nous accueillir lors de la réunion hebdomadaire des membres de leurs clubs, d'autres se sont chargés de distribuer eux-mêmes le questionnaire à leurs membres et d'autres, enfin, ont préféré ne pas collaborer⁵. Si bien que notre échantillonnage par régions, que nous aurions voulu au début le plus représentatif possible de l'ensemble du Québec, a été en quelque sorte constitué d'après les lois du hasard.

L'utilisation d'un questionnaire très simple s'imposait. Il devait être clair et suffisamment bref pour ne pas retenir le répondant ou la répondante plus de vingt minutes. Mais, afin de satisfaire à nos objectifs, il devait aussi pouvoir nous fournir nombre d'informations pertinentes. Nous devons ainsi être à même de saisir les facteurs qui favorisèrent la fréquentation ou la consommation des spectacles de comédies burlesques. Il devenait alors possible de déterminer qui assistait à ces représentations, de cerner les motivations de ce public et de circonscrire les fonctions de ces divertissements.

2. Profil de la population étudiée

Au printemps 1981, nous avons distribué cent soixante-cinq questionnaires. De ce nombre, quatre-vingt-trois ont été complétés et nous ont été retournés; ce qui représente un taux de réponses de l'ordre de 50%, c'est-à-dire la moitié des personnes rejointes. Les données recueillies nous permettent de mesurer assez justement les relations qui existent entre le

consommateur-spectateur et l'attrait exercé sur lui par le produit-spectacle.

L'échantillonnage de nos répondants se répartit entre trois des dix régions administratives du Québec : Montréal (région 06) 73%, Trois-Rivières (région 04) 20% et Québec (région 03) 7%. Il est donc majoritairement composé d'habitants des villes. Cette sur-représentation du public de milieu urbain, par rapport à leur proportion réelle dans l'ensemble de la population actuelle ayant assisté aux spectacles de comédies burlesques, n'est peut-être pas tout à fait conforme à la réalité des dix dernières années. Il semble, en effet, que depuis plus de dix ans, ceux et surtout celles qui fréquentent majoritairement le *Théâtre des Variétés* se soient déplacés des quatre coins de la province. Par contre, c'était là l'exception il y a trente, quarante ou cinquante ans, alors qu'il fallait résider à Montréal ou à Québec pour fréquenter régulièrement les théâtres spécialisés dans ce genre de spectacle. Or, la très grande majorité de nos spectateurs (95%) vivaient à ce moment-là à la ville, en l'occurrence Montréal, qu'ils habitent encore aujourd'hui. Voilà qui explique le fort pourcentage de répondants de milieu urbain, ce qui coïncide avec un certain état de fait et donc ne peut fausser l'ensemble des résultats⁶. Si les hasards de l'échantillonnage ont, par ailleurs, fait que certaines catégories d'occupation ou de sexe se soient aussi retrouvées sur-représentées, telles les ménagères, il demeure très probable que cette situation soit directement reliée au phénomène étudié et, par conséquent, corresponde à la réalité. Nous y reviendrons.

L'âge moyen de nos répondants est de 65,8 ans et leur scolarité s'établit comme suit : près de la moitié d'entre eux (49%) ont entrepris un cours élémentaire qu'ils n'ont pas tous complété, 30% ont poursuivi un cours secondaire qui à nouveau n'a pas toujours été achevé ; 10% se sont inscrits à un cours supérieur et 2% détiennent un diplôme universitaire. Nos spectateurs-répondants ne sont donc à peu près ni plus ni moins scolarisés que la moyenne des Québécois de leur âge.

Nous aurions pu croire que l'influence des niveaux d'étude aurait été une source de variations significatives dans la fréquentation du théâtre à l'âge adulte ; car la vieille idée qu'il

est important d'être « instruit » pour aller au théâtre est perpétuée même aujourd'hui dans l'esprit du consommateur : « [...] l'art théâtral n'est pas partagé par tous. C'est encore un art d'élite, élite sociale, élite intellectuelle, il est l'apanage d'une certaine mentalité⁷ ». L'école et les institutions entretiennent en outre, comme le faisait remarquer René Kaës, cette opinion selon laquelle l'art, pour être apprécié, exige « de la culture » et « la connaissance d'un cérémonial⁸ ». Or, il semblerait bien que, dans le domaine des variétés en général et de la comédie burlesque en particulier, cette adéquation ne s'applique pas ou, au contraire, qu'il faille plutôt l'employer à l'inverse : en ce sens où, pour goûter cette sorte de divertissement, il n'est pas utile d'être scolarisé. « C'est donc par définition que l'art de masse est tenu pour un sous-art : parce qu'il s'adresse à un public qu'on juge culturellement mineur, incapable d'avoir accès à l'art majeur⁹ ».

La perspective qu'aucun préalable ne soit requis pour prendre plaisir à ce type de représentation est sans doute un facteur déterminant dans la motivation du spectateur « moyen ». 46% de nos répondants reconnaissent avoir assisté « à plusieurs reprises » à ces comédies burlesques, tandis que 40% disent y être allés « occasionnellement ». À l'époque où ils estiment avoir vu annuellement 7,6 comédies¹⁰, 75% avaient entre vingt et trente-cinq ans. Cette moyenne de 7,6 comédies par année représente à peu près un spectacle par mois, en excluant la saison d'été. Aujourd'hui, la plupart de nos répondants (à nouveau 75%) prétendent toujours assister à quelques comédies par année — sans cependant en préciser le nombre. Mais c'est d'abord entre 1930 et 1955 que 95% des consommateurs assistaient assidûment aux spectacles de burlesque.

On imaginerait que la qualification professionnelle de la population étudiée irait de pair avec l'expérience scolaire. Selon l'échelle Rocher, l'occupation professionnelle de notre public se lit comme suit :

Occupation professionnelle des répondants *	Fréquence absolue	Fréquence relative
Professionnel/le	2	2%
Semi-professionnel/le	2	2%
Petit administrateur/trice	3	4%
Collet blanc	7	8%
Ouvrier/ère spécialisé/e	4	5%
Ouvrier/ère semi-spécialisé/e	6	7%
Ouvrier/ère non spécialisé/e	3	4%
Cultivateur	1	1%
Ménagère	37	45%
Retraité/e, rentier/ère	14	17%
n'ont pas répondu	4	5%
	83	100%

* Ces catégories d'occupation ont été constituées d'après l'échelle ROCHER (échelle du statut socio-économique d'une population étudiée).

À l'examen de ce tableau et à la lumière des données recueillies sur la scolarisation de notre population, nous sommes portée à croire que le taux de fréquentation des comédies burlesques décroît assez fortement à mesure que le niveau d'instruction s'élève et que, somme toute, la consommation régulière et assidue de cette sorte de divertissement est très majoritairement le fait des classes défavorisées (les femmes d'une part et les hommes et les femmes d'autre part qui, de par leur travail, se retrouvent au bas de l'échelle socio-professionnelle).

3. Comportement des spectateurs-répondants

L'étude du comportement des spectateurs-répondants à l'égard du burlesque nous procure un certain nombre d'indications. Nous remarquons en premier lieu que notre population dit avoir assisté à peu près autant durant les week-ends (49%) qu'en semaine (53%) aux spectacles de burlesque. Nous observons aussi que les établissements où elle se rendait le plus souvent étaient le *National* (37%), l'*Arcade* (11%), le *Canadien* (7%), le *Kino Edward* (6%), le *Starland* (4%) et le *Gayety* (4%). Toutes ces salles étaient situées à Montréal. Dans l'état actuel de nos recherches, nous disposons de très peu de moyens nous permettant de vérifier si les

indices de fréquentation de ces théâtres — le *National* mis à part — correspondent au goût et au choix effectué véritablement par l'ensemble des amateurs de burlesque au Québec. Une chose est certaine, cependant : c'est que le faible pourcentage de fréquentation du *Gayety* (où l'on tolérât le strip-tease — spectacle auquel les femmes se gardaient d'assister) n'est sûrement pas juste et qu'il peut s'expliquer par le fait que notre échantillonnage ne comptait qu'un très petit nombre (13%) de répondants masculins.

Nous apprenons ensuite que le public sondé se rendait à ces représentations beaucoup plus souvent en soirée (86%) qu'en matinée (14%). Cette fois, les résultats étonnent, car d'après les comédiens et les comédiennes que nous avons interviewés au cours de nos travaux antérieurs, le public des matinées de burlesque était principalement composé de femmes¹¹. Notre échantillonnage n'est donc pas forcément représentatif, mais nous ne pouvons pas, bien évidemment, remettre en cause le témoignage des artisans du burlesque à partir des réponses de quatre-vingt-trois répondants. Nos statistiques, par contre, sont peut-être le reflet d'une réalité longtemps occultée : le travail des Québécoises pendant la guerre 1939-1945¹², à une période où nos répondantes étaient susceptibles d'assister à ces spectacles, puisqu'en 1939 la majorité d'entre elles avaient autour de vingt ou vingt-cinq ans. Plusieurs de nos répondantes, alors sur le marché du travail, fréquentaient en soirée les théâtres spécialisés en comédies burlesques, comme nous l'a confirmé l'une d'entre elles en entrevue : « Maman y allait souvent en après-midi et moi j'y allais le soir parce que je travaillais. » On comprend que le travail rémunérateur des femmes à l'extérieur du foyer leur procurait une liberté financière, quoique relative, qui les autorisait à sélectionner, parmi les activités de loisir, celles dont elles avaient réellement envie.

Il convient de préciser ici que les hommes comme les femmes allaient rarement seuls dans ces théâtres. D'ailleurs, les répondants qui assistent encore aujourd'hui à ce genre de spectacle ont précisé qu'ils le font très souvent dans le cadre de voyages organisés (69%) ; 42% ont même indiqué que si le voyage n'avait pas été mis sur pied, ils ne se seraient pas rendus à ces représentations. 71% soutiennent que c'est leur

club de l'Âge d'Or qui a été l'instigateur du voyage, 7% les Filles d'Isabelle, 5% l'Association Féminine d'Éducation et d'Action Sociales (A.F.E.A.S.) et 1% le Cercle des Fermières. Nous remarquons ici la prépondérance des associations féminines ou encore de groupements comme l'Âge d'Or, où les femmes semblent en majorité; il n'est donc plus étonnant de les retrouver fortement représentées au théâtre burlesque! Notre sondage nous montre enfin que seulement 13% de nos répondants déclarent s'être rendus seuls assister aux comédies burlesques, alors que 58% affirment que, s'ils n'avaient pu être accompagnés d'une ou de plusieurs personnes, ils n'auraient pas été présents à ces représentations. Ces dernières statistiques mettent en évidence l'importance du groupe avec lequel on se rend assister ou participer aux spectacles ou aux festivités populaires, comme l'écrivait Richard Hoggart :

Presque tous les divertissements populaires sont des plaisirs de foule, désordonnés et grouillants. Tout le monde veut s'amuser au même moment, puisque les sirènes des usines marquant la fin de la journée de travail retentissent ensemble. Les festivités qui marquent les occasions exceptionnelles — un mariage, une sortie au music-hall, une excursion en car, un tour à la foire — reposent sur le plaisir de retrouver la foule des copains ¹³.

La comédie burlesque s'inscrit elle aussi parmi ces « plaisirs de foule », dans la lignée des loisirs de contiguïté. À ce sujet, Gilles Latulippe, propriétaire et directeur du *Théâtre des Variétés*, souligne qu'on trouve rarement « bonne » une comédie à laquelle on assiste seul — opinion partagée par bon nombre d'artistes ¹⁴. Il ajoute même que le travail des comédiens, dont le métier est de faire rire, devient beaucoup plus exigeant lorsque se trouvent dans la salle plusieurs spectateurs solitaires : « [...] une bonne salle, c'est une salle constituée majoritairement de femmes [est-ce à dire que les femmes seraient plus facilement impressionnables ou manipulables que les hommes ?] ou, en tout cas, c'est une salle où l'on est venu en groupe; car, pour rire, il faut se toucher les coudes ¹⁵! »

La motivation principale invoquée par nos répondants pour fréquenter les spectacles de comédies burlesques est le divertissement (88%). C'était, dans 66% des cas, parce que « ce genre de spectacle correspondait bien à ce qu'on voulait voir », à ce que l'on attendait : « On y allait pour rire, s'amuser,

se détendre et se divertir», soutient la très grande majorité. Une répondante ajoute : « Comme chose gaie, dans ce temps-là, c'est à peu près tout ce qu'on avait. On allait là pour rire ; ça faisait beaucoup de bien pour le moral. »

L'étude des comportements montre, comme le soulignait René Kaës, « [...] la prédominance des activités de délassement ou d'évasion sur les activités d'information ou de formation. Parmi les activités considérées par les ouvriers comme les plus épanouissantes pour eux, les activités de détente et de repos physique sont les plus recherchées ¹⁶ ».

D'une façon générale, notre public dit ne jamais avoir été déçu (71%) par un spectacle de burlesque, sauf dans 17% des cas. Lorsqu'on l'interroge sur les éléments qui ont pu lui déplaire, il note principalement, mais non pas de manière unanime, « un accent trop fort mis sur le thème de la sexualité » (16%) et « une histoire peu originale » qu'il avait « l'impression d'avoir déjà vue dans un autre spectacle » (11%) ; suivent « les invraisemblances » (7%) et « les intrigues mal construites » (7%).

Les résultats qui précèdent ont de quoi surprendre : nous savons pertinemment que les comédies au programme étaient loin d'être originales et très recherchées.

C'est aussi l'avis de Francine Grimaldi :

Ce sont toujours les mêmes gags qui reviennent, parce que ce sont toujours les mêmes choses qui font rire. C'est toujours le cocu, le père qui se fait rouler parce que sa fille sort en cachette, la belle-mère qui n'est pas bienvenue dans l'affaire et à qui on invente une histoire pour la mettre dehors. Ça tourne toujours autour des problèmes du quotidien. Naturellement, ça tourne en rond ¹⁷.

Cette absence de singularité dans le répertoire peut partiellement trouver son explication dans le fait que l'on produisait un nouveau spectacle à chaque semaine ; il fallait donc faire vite, avoir recours à des valeurs sûres, des gags assurés et des scénarios éprouvés. Dans ces conditions, il n'était pas rare de rencontrer des histoires banales, rebattues et usées, des intrigues mal construites, des dénouements saugrenus et absurdes, des invraisemblances, voire des énormités. Ce qui étonne aujourd'hui, et qui est manifeste à la lumière de notre sondage et des entrevues que nous avons réalisées, c'est de constater que la grande majorité des consommateurs n'ait pas

remarqué de tels truismes. Cela nous amène à penser qu'il y aurait peut-être un autre motif que celui de la production à la petite semaine pour que de pareilles évidences soient passées inaperçues aux yeux de 90% de nos spectateurs. Car au lieu de leur paraître redondantes, elles se manifestaient plutôt comme preuves de ce qu'ils anticipaient. N'étant donc pas déçus, ils retournaient fidèlement dans ces salles avec l'assurance que, d'une fois à l'autre, le programme à l'affiche correspondrait toujours à leurs attentes, avec la certitude, comme le mentionnait une répondante, « [...] qu'on sortirait heureuse d'avoir passé une belle soirée. » Compte tenu de ces témoignages, nous serions portée à croire que la caution de cette « belle soirée » résidait justement dans la garantie du connu. Le prévisible, contrairement à ce que le prétend Iouri Lotman dans sa réflexion sur le texte artistique¹⁸, n'était-ce pas là ce qu'on recherchait ?

Notre public, en effet, semblait craindre le dépaysement. Aujourd'hui encore, « les p'tites dames des autobus » qui « viennent de partout visiter [...] presque toujours le Théâtre des Variétés et absolument toujours Télé-Métropole et Radio-Canada [...] ne veulent rien découvrir; elles veulent reconnaître », écrit Georges-Hébert Germain¹⁹. À examiner les résultats de notre sondage, nous imaginons aisément que plusieurs de nos répondants partageaient d'emblée cette méfiance face à l'inédit et qu'ils auraient très bien pu lancer, comme l'a fait l'une de ces femmes que Germain interviewait : « Comment veux-tu que je sois intéressée par des choses que j'ai jamais vues²⁰ ? » Pareils propos s'accordent à ce qu'écrivait Mikel Dufrenne au sujet de l'art de masse :

Il ne s'agit pas d'inventer du nouveau, mais d'appliquer indéfiniment des recettes qui ont fait fortune. L'art de masse est ainsi un art essentiellement conservateur; nulle réflexivité qui risque de l'inhiber, nul effort d'invention qui risque de le compromettre. Et il se justifie de l'être sur le dos de la masse : la nouveauté la déconcerterait [...] ²¹.

4. Fonctions des spectacles de comédies burlesques

Nous venons de voir que ce qui prédomine dans le comportement de nos spectateurs de comédies burlesques, c'est un besoin de sécurité dans le loisir qui est d'ailleurs partagé par l'ensemble des consommateurs de spectacles de divertissement. Nous ne devons plus nous surprendre que nos

spectateurs n'aient pas été frappés par les histoires ou par les gags réitérés du burlesque. Ils y voyaient la représentation idéale, où l'objet-plaisir recherché se trouvait dans une certaine conformité avec l'attente de divertissement. Des artistes comme Ti-Gus et Ti-Mousse l'ont compris depuis longtemps :

Ti-Gus et Ti-Mousse, comme tous les artistes qui parviennent à conserver leur popularité pendant 27 ans [et il en fut ainsi pour plusieurs des artisans du burlesque, qu'on pense seulement à Rose Ouellette], demeurent fidèles à l'image qu'ils ont toujours projetés. Ce sont (malheureusement) les règles du jeu : le public ne vous sera fidèle que si vous consentez à ne jamais le désorienter. [...] Voilà sans doute, d'ailleurs, ce qu'il y a de plus intéressant, de plus passionnant dans leur spectacle [...], le don qu'ils ont de faire rire aux larmes avec des histoires que les gens connaissent pourtant depuis 20 ans ²².

Ne pas désorienter, ne pas troubler, ne rien faire découvrir, mais permettre de reconnaître, cette recette a été éprouvée : chaque fois la salle était comble et le public vendu d'avance, convaincu qu'il en aurait pour son argent. Les gens, peu importe s'ils connaissaient ou non les histoires, riaient du début à la fin. N'était-ce pas pour cette raison qu'ils s'étaient déplacés ? Comme l'allèguent nos répondants à 75%, c'est d'abord « parce que les histoires étaient drôles » qu'ils appréciaient ces spectacles ; c'est ensuite, mais dans une proportion beaucoup moins grande, « parce que le héros savait se tirer de tous les pétrins » (30%) ; c'est enfin « par sympathie pour les comédiens » (25%).

Mais encore, au burlesque, les histoires, quelles étaient-elles au juste ? Le plus souvent des demandes en mariage, des querelles de ménage, des aventures de cocuage (on voit poindre ici la place occupée par les gags sexuels qui ont de tout temps fait rire) ; fréquemment la contestation du pouvoir, des déboires avec l'autorité : celle du père, du mari, de la justice, etc. ; parfois aussi le défi à l'ordre social. En ravalant ainsi au niveau de la bouffonnerie croyances et institutions, on permettait la libération chez le spectateur des pulsions étouffées et des tendances réprimées par les impératifs sociaux. Cela, du moins, le temps de la représentation... Car, sous des dehors d'affranchissement et de manumission, nous pourrions très certainement voir là un bel exemple de récupération sociale !

De ces thèmes, tout comme des pièces, notre public soutient n'avoir aucun souvenir précis ; si ce n'est vaguement

celui « des histoires de famille ». Mais, chaque fois, une constante : « C'ÉTAIT DRÔLE, C'ÉTAIT COMIQUE ! » Qui ? Quoi ? Pourquoi ? Le public ne sait pas dire, comme s'il n'avait aucune mémoire ou s'il était dépourvu de tout sens critique. Les œuvres présentées ont été immédiatement reçues et aimées sans qu'on sache très bien pourquoi, du moins en apparence. Le « complexe de l'inculture ²³ » s'était estompé le temps de la représentation pour réapparaître dès que l'on s'arrête à l'organisation critique du message. Paradoxal ? pas vraiment ; on réalise, finalement, qu'un public « vendu d'avance », comme le dit Yvon Deschamps, n'a pas besoin de se demander pourquoi c'est drôle, ce qui l'amuse au juste, de quoi il rit. Il ne le fait d'ailleurs pas même si on lui pose la question ; car les mécanismes suscités par ces divertissements ont endormi en lui tout esprit critique.

« Les gens du peuple, écrivait Richard Hoggart, ont conservé le goût des plaisirs terrestres et du rire facile ²⁴ ». Ils ont également développé celui de l'exotisme et de l'évasion. C'est ce qui explique la popularité et le succès des revues de Guilda qui s'inscrivent dans le prolongement de toute une série de pièces reprises maintes fois pendant près de cinquante ans et ayant pour titres : *Dans l'île d'Honolulu* ²⁵, *Un voyage aux Indes* ²⁶, *Une nuit en Arabie* ²⁷, *Sous la lune d'Hawaï* ²⁸, *L'Amour comme à Paris* ²⁹, *Les Étoiles d'Hollywood* ³⁰, *Fiesta brésilienne* ³¹, *Idylle sous les palmiers* ³², *Le Sultan de Constantinople dans son harem* ³³, etc. Le répertoire en regorge. Autour de cette thématique de l'évasion, manifestement présente dans plusieurs spectacles ³⁴, s'organisent les autres axes, qu'il s'agisse de la richesse, de l'exotisme, du merveilleux ou du goût des voyages. Si, comme le fait remarquer Richard Demarcy ³⁵, la combinaison de ces différents thèmes peut varier d'une pièce à l'autre, esquissant des configurations variées, elle produit toujours, et c'est là le fait structural important, un ensemble qui se tient et qui a pour effet ultime d'inciter le spectateur à l'ÉVASION.

Les deux premiers signifiants porteurs de ce thème se retrouvent très apparemment dans le discours visuel. Lorsque l'occasion se présentait, on ne manquait pas d'annoncer l'intérêt que trouverait le spectateur dans les décors et costumes comme, par exemple, en fait foi cette annonce publiée en 1923 : « Les étincelantes combinaisons de couleurs des

costumes des choristes et des premiers rôles féminins, les brillants décors et les superbes ensembles des actrices aux ravissantes toilettes et à la jambe leste font les délices du cœur féminin³⁶. Les choses ne semblent guère avoir changé depuis soixante ans, car lorsque nous avons demandé à nos répondants de spécifier ce qui leur a plu davantage dans la comédie qu'ils ont dit avoir préférée, plusieurs d'entre eux ont déclaré : « les beaux costumes et les décors magnifiques ». Ce rapide coup d'œil sur le traitement scénique des spectacles de burlesque nous amène à constater la volonté d'étaler la profusion et les matérialisations scéniques (plumes, paillettes, fourrures, dorures, etc.), bien qu'assez souvent d'un goût douteux, finissent par signifier l'abondance.

Soulignons ici deux contradictions apparentes. La première consiste dans ce besoin d'évasion qui, tout en étant source de dépaysement, n'est surtout pas insécurisant. À l'époque où les voyages sont encore très peu accessibles au plus grand nombre, le fervent de burlesque aura, pour sa part, parcouru bien confortablement, sans quitter son siège, sans éprouver de choc culturel, sans être confronté à l'inconnu, à l'inattendu, à l'étranger, plusieurs pays du vaste monde. Un peu comme l'enfant, il aura assouvi sans risque ni péril son goût pour la surprise et pour la découverte ! La deuxième contradiction réside dans l'étonnant contraste qui éclate fréquemment entre deux types de pièces à l'affiche d'une même représentation : d'une part, les couvertures musicales auxquelles nous avons fait allusion plus tôt et aussi quelques comédies où l'abondance et l'opulence débordent quasi jusqu'à l'avant-scène (ce qui va de pair avec le goût du public pour l'évasion, l'exotisme, le merveilleux, etc.), et, d'autre part, de très nombreux sketches et la plupart des comédies du répertoire du théâtre burlesque qui se déroulent dans un décor beaucoup plus dépouillé et beaucoup plus familier à la population des milieux populaires (cuisine, taverne, arrière-cour, etc.). Voilà une des caractéristiques les plus paradoxales de cette sorte de spectacle. Tout de suite derrière sa fonction première, immédiate et directe : faire rire, distraire, amuser, se glisse la seconde, un peu plus complexe, qui a pour but de permettre au consommateur de s'évader sans être propulsé dans un univers réellement étranger. Il est ainsi ramené en terre quotidienne. Devant une vie qui n'est pas toujours rose, où le travail est peu

valorisant, routinier, « [...] vécu comme un vide culturel³⁷ », on l'incite à développer le sens du présent, à profiter des plaisirs au jour le jour sans pousser plus à fond le questionnement :

Cette vie au jour le jour, caractéristique des classes populaires, a quelque chose d'un hédonisme qui incline à accepter sa condition, à oublier les soucis (les dettes, la boisson, la maladie) et à « prendre du bon temps ». Mais ce n'est qu'un hédonisme de surface, parce que les gens du peuple savent au fond d'eux-mêmes que les satisfactions les plus pleines, qui supposent la maîtrise de l'avenir, « ne sont pas pour eux »³⁸.

Il ne leur reste, en définitive, qu'à profiter au maximum des loisirs-plaisirs qui leur sont offerts, d'autant plus chers et appréciés qu'ils sont momentanés. Que ces spectacles ne contribuent pas à l'accroissement des connaissances, qu'ils ne constituent pas un moyen de « se cultiver », quelle importance au fond ? Ils sont de consommation aisée et n'impliquent pas d'initiation préalable ; c'est ce qui compte, comme l'expliquait un répondant en entrevue : « J'aime une comédie drôle qui se rit bien ; j'apprécie une comédie qui nous apporte une détente, quelque chose de pas trop invraisemblable comme les grands spectacles casse-tête où j'ai le goût de m'ennuyer ».

À ce chapitre, d'ailleurs, le goût de nos répondants est du même ordre en ce qui a trait aux émissions de télévision qu'ils regardent et aux journaux qu'ils lisent. Du côté du petit écran, aucune surprise : la majorité (81%) préfère les téléromans. *Terre humaine* vient en tête de liste (43%), suivie du *Clan Beaulieu* (27%), des *Brillants* (16%) et du *Temps d'une paix* (11%). Une chose est curieuse, cependant : c'est le très faible intérêt que disent manifester nos répondants, dont l'âge moyen est de 65,8 ans, pour des émissions qui leur sont en principe destinées : *Le Temps de vivre* (2%), *C'était l'bon temps* (1%). Celles-ci sont nettement déclassées par les téléromans qui, comme l'écrit Jean Blouin,

[...] agglutinent devant l'autel du petit écran encore un million et deux millions et demi de fidèles — un Québécois francophone sur deux — et ce, depuis le tout premier épisode des *Plouffe* en novembre 1953.

[...] nous sommes au royaume du « deus ex machina », le fameux « gars des vues » qui arrange ou brouille tout. L'acte de foi reste total. Les auteurs sont les nouveaux curés de la société québécoise. Leurs téléromans ? Des sermons illustrés pour bonnes femmes, des histoires de Bonhomme Sept-Heures, des contes de fée pour adultes. De la télévision bonbon³⁹.

Claude Jasmin rétorque «que le public n'est pas si "cornichon", qu'il regarde assidûment les téléseries parce que c'est un spectacle facile d'accès, divertissant, tout simplement⁴⁰». À nouveau, nous nous retrouvons au cœur de cette culture, que chérissent non seulement nos répondants, mais l'ensemble du public consommateur de biens symboliques destinés au plus grand nombre. Cette production, que Pierre Bourdieu qualifie d'«art moyen», repose sur «des procédés techniques et des effets esthétiques immédiatement accessibles [...] dans lesquels les catégories les plus différentes du public peuvent se projeter⁴¹».

Le public en veut, on lui en donne, dit Jean-Paul Ladouceur, vice président en recherche et planning à Télé-Métropole. *Le Clan Beaulieu* est un show de salle paroissiale pour des familles paroissiales. C'est *Tarzan*, *Peanuts*, les petits comics des journaux. Les Québécois ne lisent pas, il faut bien qu'ils prennent quelque part leur dose quotidienne de drames et de rêves par procuration⁴³.

Jean-Paul Ladouceur semble oublier qu'«un Québécois sur trois lit ou feuillette un journal artistique» dans lequel il puise «une information quantitative plutôt que qualitative, divertissante plutôt que documentée⁴³». Cette presse contribue à son tour et à sa manière à alimenter et à matérialiser le besoin d'évasion du consommateur. Cette lecture de loisir, comme les spectacles auxquels il assiste et les émissions de télévision qu'il regarde, ne lui demande aucun effort et ne l'incite à aucun questionnement. 12% de nos répondants ont ajouté d'eux-mêmes à la liste de journaux proposés : *Échos Vedettes*. Nous avons omis cette catégorie de lecture qui, si elle avait été proposée, aurait sans doute rapporté plus de voix. La moitié de nos spectateurs (55%) soutiennent par ailleurs s'adonner à la lecture de leur journal local, habitude qui s'inscrit très probablement dans l'intérêt qu'on porte à son environnement immédiat, dans le goût du connu, dans cette tendance au repliement sur soi à laquelle nous faisons allusion plus tôt, par rapport à une ouverture sur le monde. Enfin, notre public semble plus sensible au type d'informations du *Journal de Montréal* (37%) qu'à celui de *La Presse* (27%), autre témoignage d'une préférence pour le sensationnalisme, le fait banal ou croustillant, la facilité. Nous sommes finalement tentée de rapprocher le credo des propriétaires de cette presse à celui des artisans du burlesque : donner aux

consommateurs ce qu'ils demandent en assouvissant leurs besoins les plus primaires. Ces émetteurs (journalistes et comédiens) réussissent ainsi, par l'inanité des contenus qu'ils offrent, à sécuriser les destinataires en les soulageant probablement d'une certaine appréhension face à des messages dénotatifs réels, surchargés de signifiants, qui auraient pu leur être proposés par un autre type de presse et par un autre genre de spectacle, réputés plus sérieux ⁴⁴. Dans ce contexte, le choix des spectacles, comme celui des lectures, semble bien commandé par un refus de l'effort « culturel ». Seuls priment le délassement et le divertissement faciles, un peu comme dans un jeu.

5. Une « culture-jouissance » plutôt qu'une « culture-travail », dirait René Kaës ⁴⁵

[...] le mot jeu [...] entraîne inmanquablement une atmosphère de délassement ou de divertissement. Il repose et amuse. Il évoque une activité sans contrainte, mais aussi sans conséquence pour la vie réelle. Il s'oppose au sérieux de celle-ci et se voit ainsi qualifié de frivole. Il s'oppose d'autre part au travail comme le temps perdu au temps bien employé. En effet, le jeu ne produit rien : ni biens ni œuvres. Il est essentiellement stérile ⁴⁶.

La gratuité fondamentale du jeu, dont parle ici Roger Caillois, nous permet aujourd'hui de l'allier à une pratique culturelle qui n'apparaît bien souvent que comme distraction vaine : le burlesque. Nous avons vu, à la lumière des données recueillies lors de notre sondage, que la très grande majorité de nos répondants (88%) optent pour des activités de loisir (œuvres théâtrales, télévisuelles et journalistiques) qui ont pour principales fonctions de les divertir. De même, dans bon nombre d'interviews menées par des sociologues et des psychologues ⁴⁷, la plupart des interviewés ont assigné comme fonction première à l'artiste la fonction de DISTRACTION. Ils l'ont fait presque systématiquement en référence à la vie quotidienne, perçue comme insatisfaisante. Dans ces conditions, l'activité culturelle en général, et le spectacle de burlesque dans le cas présent, agit comme un calmant, un analgésique ; c'est un stupéfiant qui rend insensible à la morosité, au cafard, à la misère, en procurant, l'espace de quelques heures, une satisfaction de remplacement, comme l'affirmait une de nos répondantes en entrevue : « Moi, c'est là

[dans les salles où le burlesque était à l'affiche] que j'allais chercher chaque semaine ma bouteille de pilules. »

Les spectacles de burlesque, comme les activités ludiques, délivraient donc de la fatigue et de l'ennui causés par un travail très souvent monotone et par les obligations familiales et sociales. En plus de distraire, d'amuser et de faire rire, ils procuraient au destinataire la dose d'évasion et de rêve dont il ou elle avait besoin. En ce sens, ces représentations pouvaient sembler essentiellement stériles, comme les activités ludiques. Car, comme elles également, elles représentaient des pratiques faciles d'accès où la liberté expressive, le plaisir, la créativité, une certaine gratuité aussi, étaient mises de l'avant. Les spectacles de burlesque s'inscrivaient dès lors dans le sillage d'une culture de « distraction », sans tension ni contrainte, puisqu'ils n'impliquaient pas, comme la plupart des œuvres appartenant au « champ de production restreinte », d'initiation à un préalable culturel. En dispensant le consommateur de tout effort supplémentaire une fois sa journée de travail terminée, les spectacles de burlesque l'assuraient d'un plaisir immédiat, instantané. Aussi firent-ils en sorte que prédomine la « culture-jouissance » plutôt que la « culture-travail ».

Université Laval

Notes

¹ Chantal Hébert, *Le Burlesque au Québec — un divertissement populaire*, Montréal, Hurtubise HMH, coll. « Cahiers du Québec », 1981, 302 p.

² *Ibid.*, p. 6.

³ Le *Radio-Cité*, dernier établissement à présenter régulièrement du burlesque à Montréal et au Québec, ferme ses portes en 1955. Seul lui survira le *Canadien* qui mettra occasionnellement à l'affiche quelques comédies burlesques jusqu'en 1957. Les années cinquante, avec l'avènement de la télévision et la prolifération des cabarets, marqueront le déclin de ce genre de divertissement auquel nous nous sommes intéressée. Pour tenter de le ranimer, Gilles Latulippe ouvrira, en 1967, le *Théâtre des Variétés*. Mais, depuis les dix dernières années, on ne monte plus sur cette scène le répertoire traditionnel. À ce sujet, voir Chantal Hébert, *op. cit.*

- ⁴ Nous avons adressé une lettre aux responsables de ces seize Conseils régionaux, les priant de bien vouloir nous faire parvenir les adresses des clubs de leur région affiliés à leur Conseil, en leur précisant les objectifs de notre recherche et en leur mentionnant que nous devons rejoindre des personnes dont l'âge moyen est de soixante-cinq ans. Nous ajoutions que nous savions aussi que bon nombre de clubs de l'Âge d'Or du Québec organisent des voyages au *Théâtre des Variétés*, que certains membres de ces clubs étaient susceptibles d'avoir été et d'être encore aujourd'hui des spectateurs de comédies burlesques, ou, du moins, de ce qu'il en reste.
- ⁵ Les principaux prétextes invoqués étaient que la Fédération de l'Âge d'Or du Québec interdisait aux Conseils régionaux de fournir la liste des clubs qui font partie de leur régionale afin de limiter les sollicitations de toutes natures, ou que les membres des clubs ne voulaient pas qu'on interrompe leurs activités lors des rencontres hebdomadaires.
- ⁶ Assister à un spectacle de burlesque pour un certain nombre d'habitants de la province, « ça faisait partie, comme le faisait remarquer une répondante, de nos loisirs quand nous venions à Montréal avec nos parents une fois par année. »
- ⁷ Anne-Marie Gourdon, « Le théâtre populaire est-il un art de masse ? », *L'Art de masse n'existe pas, Revue d'esthétique*, n° 3/4, Paris, Union générale d'éditions, coll. « 10-18 », 1974, p. 63.
- ⁸ René Kaës, *Images de la culture chez les ouvriers français*, Paris, éd. Cujas, 1968, p. 186.
- ⁹ Mikel Dufrenne, « L'art de masse existe-t-il ? », *L'Art de masse n'existe pas*, p. 15.
- ¹⁰ Nos répondants estiment avoir vu 7,6 comédies par année. En fait, ceux et celles qui les fréquentaient plus de dix fois l'an représentaient 12% de la population d'ensemble, et le même pourcentage s'applique à ceux et à celles qui y assistaient de cinq à dix fois l'an ; quant aux autres, c'est-à-dire la majorité (76%), ils ne s'y rendaient que de une à quatre fois par année.
- ¹¹ « Hier comme aujourd'hui au *Théâtre des Variétés*, les femmes constituaient la majorité du public [...] Elles assistaient fidèles et nombreuses à ces représentations pour lesquelles il leur était parfois offert un tarif spécial lors de matinée qui leur était réservée. » (Chantal Hébert, *op. cit.*, pp. 164-165.)
- ¹² À ce sujet, voir Geneviève Auger et Raymonde Lamothe, *De la poêle à frire à la ligne de feu. La vie quotidienne des Québécoises pendant la guerre '39-'45*, Montréal, Boréal Express, 1981, 232 p.
- ¹³ Richard Hoggart, *La Culture du pauvre. Étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*, Paris, éd. de Minuit, 1970, p. 196. (Traduction de *The Uses of Literacy*, Chatto and Wendus, 1957.)
- ¹⁴ Entrevue avec Gilles Latulippe, le 20 janvier 1982.
- ¹⁵ *Loc. cit.*
- ¹⁶ René Kaës, « Comportements et représentations culturelles chez les ouvriers : perspectives de recherche et résultats », *Images de la culture*, sous la direction de P.-H. Chombart de Lauwe, Paris, Petite Bibliothèque Payot, 1970, p. 72.
- ¹⁷ Chantal Hébert, *op. cit.*, p. 188.

- ¹⁸ Iouri Lotman, *La Structure du texte artistique*, Paris, Gallimard, coll. « NRF », 1973, 415 p. Dans cet ouvrage, Lotman avance qu'on revient à une œuvre artistique parce qu'on n'a pas épuisé la dose d'information qu'elle contient. L'information est la mesure de ce que le message introduit de nouveau dans l'environnement du récepteur ou du destinataire. Or, pour que la communication ne soit pas rompue, le degré d'information du message ne doit être ni trop faible, ni trop fort. La question qui se pose en regard de notre sujet de recherche, et à laquelle entre autres nous tenterons de répondre dans notre travail de doctorat, est la suivante : Qu'est-ce qui, au théâtre burlesque, maintient un degré d'information tel que la communication se soit maintenue entre la scène et la salle au-delà d'un demi-siècle ?
- ¹⁹ Georges-Hébert Germain, « Les p'tites dames des autobus », *L'Actualité*, vol. 7, n° 3, mars 1982, p. 68.
- ²⁰ *Ibid.*, p. 70.
- ²¹ Mikel Dufrenne, *op. cit.*, pp. 16-17.
- ²² Pierre Beaulieu, « Ti-Gus et Ti-Mousse fidèles à leurs recettes éprouvées », *La Presse*, 13 mars 1972.
- ²³ René Kaës, *Images de la culture* [...], p. 201.
- ²⁴ Richard Hoggart, *op. cit.*, p. 191.
- ²⁵ Comédie jouée par la troupe d'Arthur Petrie au *Casino* (*La Presse*, 12 septembre 1925).
- ²⁶ Comédie musicale jouée par la troupe de Charles-Émile Gauthier au *Casino* (*La Presse*, 10 octobre 1925).
- ²⁷ Ouverture jouée par la troupe d'Oscar Valade au *Princess* (*Le Soleil*, 29 mars 1930).
- ²⁸ Ouverture d'Hector Pellerin, jouée par la troupe du *National* au *National* (*La Presse*, 22 mars 1930).
- ²⁹ Comédie musicale jouée par la troupe de Germaine Duvernay au *Casino* (*La Presse*, 20 février 1926).
- ³⁰ Ouverture musicale de Reynaldo, jouée par la troupe de Jean Grimaldi au *Canadien* (*La Presse*, 26 mars 1949).
- ³¹ Ouverture jouée par la troupe de La Poune au *National* (*La Presse*, 24 septembre 1949).
- ³² Production musicale de Reynaldo, jouée par la troupe de Jean Grimaldi au *Canadien* (*La Presse*, 25 février 1956).
- ³³ Comédie jouée par la troupe de Paul Hébert au *Kino Edward* (*La Presse*, 21 avril 1923).
- ³⁴ Richard Demarcy, *Éléments d'une sociologie du spectacle*, Paris, Union générale d'éditions, coll. « 10-18 », 1973, 447 p. Demarcy fait aussi remarquer la prépondérance de ce thème dans les spectacles fréquentés par bon nombre de Français. Ce goût de l'évasion ne serait donc pas le propre des Québécois.
- ³⁵ *Ibid.*, pp. 28-29.
- ³⁶ Annonce du théâtre *Gayety* publiée dans *La Presse*, 6 octobre 1923.
- ³⁷ René Kaës, *Images de la culture* [...], p. 73. Ce travail sans intérêt, abrutissant et vide est très souvent le lot des ouvriers/ères semi-spécialisés/es qui ont une faible qualification, là où, entre autres, la main-d'œuvre féminine domine (dans la chaussure et le textile notamment).

Plusieurs répondants font partie de cette catégorie de travailleurs et travailleuses.

³⁸ Richard Hoggart, *op. cit.*, p. 186.

³⁹ Jean Blouin, « Les téléromans, quelle famille! », *L'Actualité*, vol. 6, n° 9, septembre 1981, p. 50.

⁴⁰ Claude Jasmin, « Le téléroman, ce pelé, ce galeux... », *Le Devoir*, 5 novembre 1981, p. 28.

⁴¹ Pierre Bourdieu, « Le marché des biens symboliques », *L'Année sociologique*, Paris, P.U.F., n° 22, 1971, p. 82.

⁴² Jean Blouin, *loc. cit.*, p. 50.

⁴³ Mario Fontaine, *Tout sur les p'tits journaux z'artistiques ou comment dormir avec le cœur qui palpite*, Montréal, éd. Quinze, 1978, p. 15.

⁴⁴ Bourdieu parlerait ici du « champ de grande production symbolique » par opposition au « champ de production restreinte » (*loc. cit.*).

⁴⁵ René Kaës, *Images de la lecture* [...], p. 207.

⁴⁶ Roger Caillois, *Les Jeux et les Hommes. Le masque et le vertige*, Paris, Gallimard, coll. « NRF », 1958, p. 7.

⁴⁷ Voir l'étude de Richard Demarcy, *op. cit.*, où l'auteur analyse l'impact d'une œuvre sur le spectateur, l'enquête de René Kaës sur les *Images de la culture chez les ouvriers français*, dans laquelle on peut lire : « Les attentes de rôles à l'égard de l'artiste sont de divertissement et d'agrément (61%) ; d'éducation et de révélation des sens (29%) ; de création et d'expression (10%) » (p. 205), et enfin l'article de Joffre Dumazedier, « Réalités du loisir et idéologies », dans lequel il écrit : « Cette fonction de divertissement, au sens fort, est celle qui est évoquée dans le plus grand nombre de réponses de notre enquête » (*Esprit*, n° 274, juin 1959, p. 875).